

Peningkatan Kapasitas Branding UMKM Melalui Pelatihan Desain Logo Berbasis Aplikasi Canva

Muhamad Ali Tamrin¹, Laela Nikmatul Wafiroh², Muhammad Najih Shobri³, Alfinno Yoni Perwiro⁴, Ramadhani Alita Savira Nurina⁵, Mahdiya⁶

UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung¹, STAI Darul Hikmah

Tulungagung², UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung³⁻⁶

¹alitamrin@uinsatu.ac.id, ²laelanikmatulwafiroh@gmail.com,
³muhammadnajihshobri20@gmail.com, ⁴alfinnoyoni17@gmail.com,
⁵rsaviranurina@gmail.com, ⁶Mahdiyaa76@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memperkuat branding usaha melalui pelatihan desain logo berbasis aplikasi Canva di Desa Kresikan, Kecamatan Tanggunggunung, Kabupaten Tulungagung. Permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM di desa ini meliputi keterbatasan literasi digital, kurangnya kemampuan dalam menciptakan konten visual promosi, serta rendahnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Untuk menjawab permasalahan tersebut, pelatihan ini menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang berfokus pada penggalian potensi dan aset lokal sebagai dasar pemberdayaan. Kegiatan dilaksanakan melalui empat tahapan utama, yaitu *Discovery* (identifikasi aset dan potensi), *Dream* (perumusan visi bersama), *Design* (perancangan kegiatan pelatihan), dan *Deliver* (implementasi dan evaluasi). Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan peserta dalam menggunakan aplikasi Canva untuk mendesain logo dan media promosi digital secara mandiri. Sebagian besar peserta juga mengalami peningkatan kepercayaan diri dalam mengelola promosi produknya melalui media sosial. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memperkuat kapasitas digital pelaku UMKM, tetapi juga menumbuhkan

FALSAFA

Jurnal Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 1 Nomor 4 April 2026

P-ISSN: xxxx-xxxx E-ISSN: xxxx-xxxx

kemandirian dan kesadaran pentingnya branding dalam pengembangan usaha berbasis potensi lokal.

Kata Kunci: Pemberdayaan masyarakat, UMKM, Canva, branding digital, ABCD

Abstract

This community service program aims to enhance the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in strengthening business branding through Canva-based logo design training in Kresikan Village, Tanggunggunung District, Tulungagung Regency. The main challenges faced by MSME actors in this village include limited digital literacy, a lack of ability to create attractive promotional visual content, and low utilization of social media for marketing purposes. To address these issues, the training adopted an Asset-Based Community Development (ABCD) approach, emphasizing the exploration of local assets and community potential as the foundation for empowerment. The activity was implemented through four key stages: Discovery (identifying assets and potentials), Dream (formulating collective goals), Design (developing training plans), and Delivery (implementation and evaluation). The results indicated a significant improvement in participants' skills in using Canva to independently design logos and digital promotional materials. Most participants also demonstrated increased confidence in promoting their products through social media. Therefore, this training not only strengthened the digital competence of MSME actors but also fostered self-reliance and awareness of the importance of branding in developing locally based businesses.

Keywords: Community empowerment, MSMEs, Canva, digital branding, ABCD

FALSAFA

Jurnal Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 1 Nomor 4 April 2026

P-ISSN: xxxx-xxxx E-ISSN: xxxx-xxxx

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap hingga 97% tenaga kerja nasional. Keberadaannya menjadi tulang punggung perekonomian, terutama di wilayah pedesaan yang bergantung pada kegiatan ekonomi berbasis sumber daya lokal. Salah satu wilayah dengan potensi tersebut adalah Desa Kresikan, Kecamatan Tanggunggunung, Kabupaten Tulungagung. Desa ini memiliki beragam pelaku usaha yang bergerak di bidang olahan pangan, kerajinan tangan, dan produk lokal khas daerah. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan karena keterbatasan kemampuan dalam pengelolaan merek dan promosi digital.

Dalam konteks transformasi digital saat ini, kemampuan pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi menjadi faktor penting dalam peningkatan daya saing. Banyak pelaku usaha mikro di pedesaan yang masih mengandalkan promosi konvensional seperti penyebaran brosur, rekomendasi dari mulut ke mulut, atau pameran lokal. Cara-cara ini sudah tidak lagi efektif untuk memperluas jangkauan pasar, terutama ketika konsumen modern lebih banyak berinteraksi melalui media sosial dan platform digital. Di sisi lain, keterbatasan literasi digital dan minimnya keterampilan desain visual menyebabkan pelaku UMKM kesulitan dalam menciptakan identitas merek (branding) yang menarik dan profesional. Akibatnya, produk lokal yang sebenarnya berkualitas sering kali kalah bersaing dengan produk lain yang memiliki tampilan visual lebih kuat.

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM Desa Kresikan bukan terletak pada kurangnya potensi, tetapi pada belum optimalnya pemanfaatan aset yang telah mereka miliki. Mayoritas pelaku usaha memiliki semangat wirausaha yang tinggi dan jaringan sosial yang kuat, namun belum mampu

FALSAFA

Jurnal Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 1 Nomor 4 April 2026

P-ISSN: xxxx-xxxx E-ISSN: xxxx-xxxx

mengintegrasikan kemampuan tersebut dengan teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang tidak hanya memberikan pelatihan teknis, tetapi juga memberdayakan pelaku UMKM melalui penggalian potensi lokal yang sudah ada.

Salah satu solusi yang relevan adalah pelatihan desain logo dan konten promosi menggunakan aplikasi Canva. Aplikasi ini dipilih karena mudah digunakan, dapat diakses secara gratis, serta menyediakan berbagai fitur desain yang membantu pelaku UMKM menciptakan materi promosi secara mandiri tanpa harus bergantung pada jasa profesional. Dengan Canva, pelaku usaha dapat membuat logo, banner, kemasan produk, hingga konten promosi media sosial dengan tampilan yang menarik dan konsisten. Melalui pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM mampu mengembangkan citra usaha (branding) yang lebih kuat dan memperluas akses pasar.

Kegiatan pengabdian ini menerapkan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) yang berorientasi pada pengembangan kapasitas masyarakat berdasarkan potensi dan aset yang dimiliki, bukan pada kekurangannya. Pendekatan ini mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam seluruh tahapan kegiatan—mulai dari pemetaan aset, perumusan visi bersama, perancangan pelatihan, hingga pelaksanaan dan evaluasi. Dengan cara ini, pelatihan tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan kesadaran kolektif tentang pentingnya kolaborasi, inovasi, dan kemandirian dalam pengembangan usaha.

Melalui kegiatan ini, diharapkan UMKM di Desa Kresikan dapat meningkatkan kemampuan branding dan promosi berbasis digital secara berkelanjutan. Selain memperkuat posisi produk lokal di pasar, program ini juga diharapkan mampu menjadi model pengabdian yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat berbasis aset lokal dan teknologi digital.

FALSAPA

Jurnal Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 1 Nomor 4 April 2026

P-ISSN: xxxx-xxxx E-ISSN: xxxx-xxxx

B. METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan menggunakan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD). Pendekatan ini berfokus pada penggalian potensi, aset, dan kekuatan yang dimiliki oleh masyarakat sebagai dasar pengembangan kapasitas, bukan pada permasalahan atau kekurangan yang ada. Melalui metode ini, masyarakat ditempatkan sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan, dengan harapan mampu membangun kesadaran, kemandirian, dan keberlanjutan dalam pengembangan usaha mereka.

Program pengabdian ini dilaksanakan di Desa Kresikan, Kecamatan Tanggunggunung, Kabupaten Tulungagung, yang memiliki beragam pelaku UMKM dari sektor makanan olahan, kerajinan tangan, hingga produk lokal khas daerah. Sasaran kegiatan adalah 15 pelaku UMKM yang telah aktif memproduksi namun masih memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital dan pengelolaan branding usaha. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara tatap muka melalui pelatihan dan pendampingan intensif selama beberapa hari, melibatkan fasilitator dari tim dosen dan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

Pendekatan ABCD diterapkan melalui empat tahapan utama, yaitu *Discovery*, *Dream*, *Design*, dan *Deliver*, sebagaimana dijelaskan berikut ini:

1. Discovery (Penemuan Aset dan Potensi Lokal)

Tahap awal difokuskan pada proses pemetaan dan identifikasi aset yang dimiliki oleh masyarakat pelaku UMKM. Kegiatan ini dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara semi-terstruktur, dan diskusi kelompok kecil. Tim pelaksana bersama peserta menggali informasi mengenai keterampilan yang telah dimiliki, pengalaman usaha, jejaring sosial, sumber daya lokal, serta sarana promosi yang tersedia. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki produk berkualitas dengan nilai budaya lokal yang kuat, namun masih lemah dalam aspek visualisasi

FALSAFA

Jurnal Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 1 Nomor 4 April 2026

P-ISSN: xxxx-xxxx E-ISSN: xxxx-xxxx

dan strategi pemasaran digital. Aset utama yang ditemukan meliputi semangat kewirausahaan, jejaring antar-pelaku usaha, serta perangkat digital sederhana seperti ponsel pintar yang sudah dimiliki oleh sebagian besar peserta.

2. Dream (Perumusan Harapan dan Visi Bersama)

Tahap ini bertujuan membangun motivasi dan visi kolektif di antara peserta. Melalui kegiatan Focus Group Discussion (FGD), peserta diajak memvisualisasikan cita-cita bersama mengenai pengembangan citra usaha mereka. Dalam forum ini, peserta menyampaikan keinginan untuk memiliki logo yang representatif dan konten promosi digital yang menarik. Dari hasil diskusi, muncul aspirasi bersama untuk menjadikan produk UMKM Kresikan sebagai “ikon desa kreatif” yang mampu bersaing melalui kekuatan visual dan identitas lokal.

3. Design (Perancangan Program Pelatihan Berbasis Aset)

Pada tahap ini, tim pelaksana bersama peserta merancang kegiatan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan dan potensi mereka. Program pelatihan difokuskan pada pembuatan logo, desain banner, dan konten promosi digital menggunakan aplikasi Canva. Pelatihan dilakukan dengan pendekatan *learning by doing* dan *peer learning*, sehingga peserta dapat belajar secara langsung melalui praktik dan saling bertukar pengalaman. Materi pelatihan meliputi pengenalan antarmuka Canva, pemilihan template yang relevan dengan karakter produk, pengaturan elemen visual seperti warna dan tipografi, serta penyusunan konten promosi yang komunikatif. Dalam proses ini, peserta juga diajak menyesuaikan desain dengan nilai-nilai lokal dan kekhasan produknya masing-masing.

4. Deliver (Implementasi, Pendampingan, dan Evaluasi Dampak)

Tahap implementasi dilakukan melalui kegiatan praktik langsung pembuatan logo dan konten promosi digital. Tim pelaksana memberikan bimbingan teknis dan umpan balik langsung terhadap hasil desain yang dibuat peserta. Selanjutnya dilakukan pendampingan pascapelatihan, di mana peserta diarahkan untuk menerapkan hasil desain mereka pada media promosi nyata seperti banner usaha, kemasan produk, dan unggahan media sosial. Evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi hasil karya peserta. Indikator evaluasi mencakup peningkatan keterampilan teknis, kemandirian dalam membuat desain, serta perubahan perilaku promosi digital.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta menggunakan Canva, serta meningkatnya kepercayaan diri mereka untuk mengelola promosi digital secara mandiri. Sebagian peserta juga melaporkan peningkatan interaksi pelanggan melalui media sosial setelah menerapkan desain yang mereka buat.

5. Pendekatan Evaluatif dan Keberlanjutan

Analisis data dilakukan secara kualitatif-tematik melalui triangulasi catatan lapangan, hasil wawancara, dan dokumen pelatihan. Pendekatan ini bertujuan memastikan validitas data dan mengidentifikasi perubahan yang terjadi pada peserta setelah mengikuti kegiatan. Untuk menjamin keberlanjutan program, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pemerintah desa agar pelatihan serupa dapat dijadikan program rutin pemberdayaan UMKM berbasis aset lokal. Selain itu, peserta yang telah menguasai keterampilan dasar diarahkan untuk menjadi mentor bagi pelaku usaha lainnya di wilayah sekitar, sehingga terbentuk ekosistem pembelajaran yang berkelanjutan.

FALSAFA

Jurnal Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 1 Nomor 4 April 2026

P-ISSN: xxxx-xxxx E-ISSN: xxxx-xxxx

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat melalui pelatihan desain logo berbasis aplikasi Canva di Desa Kresikan berjalan dengan baik dan mendapat antusiasme tinggi dari para pelaku UMKM. Sebanyak 15 peserta aktif mengikuti seluruh rangkaian kegiatan mulai dari tahap pengenalan, pelatihan, praktik langsung, hingga evaluasi hasil karya. Kegiatan ini dilaksanakan secara tatap muka di balai desa, dengan menerapkan metode *learning by doing* agar peserta dapat langsung mempraktikkan keterampilan yang diperoleh.

1. Peningkatan Kapasitas Digital dan Kreativitas Peserta

Sebelum pelatihan, mayoritas peserta belum mengenal aplikasi desain grafis dan hanya mengandalkan cara promosi konvensional seperti spanduk atau penjualan dari mulut ke mulut. Berdasarkan survei awal, hanya sekitar 20% pelaku UMKM yang menggunakan media sosial sebagai alat promosi. Setelah pelatihan, jumlah tersebut meningkat menjadi 70%, menunjukkan perubahan signifikan dalam adopsi strategi pemasaran digital. Selain itu, 85% peserta berhasil membuat logo dan desain promosi digital secara mandiri menggunakan Canva.

Contoh keberhasilan terlihat pada usaha jamu tradisional yang mampu menciptakan logo dengan elemen daun dan rempah-rempah, menggambarkan identitas produk secara jelas. Sementara itu, pelaku usaha makanan ringan seperti sale pisang dan peyek mampu mendesain kemasan dengan visual yang lebih modern dan menarik. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan tampilan produk, tetapi juga menumbuhkan rasa bangga dan kepercayaan diri pelaku usaha terhadap hasil karyanya sendiri.

2. Transformasi Branding dan Dampak Ekonomi

Pelatihan ini berkontribusi langsung terhadap peningkatan kemampuan branding pelaku UMKM. Identitas visual yang dihasilkan melalui Canva tidak hanya memperkuat citra produk tetapi juga membantu menarik perhatian

konsumen. Berdasarkan hasil wawancara pascapelatihan, beberapa peserta melaporkan peningkatan penjualan hingga 30% setelah menggunakan logo dan desain baru dalam promosi mereka. Selain itu, 60% peserta menyebut adanya peningkatan interaksi dengan pelanggan melalui media sosial seperti WhatsApp Business dan Instagram.

Transformasi ini memperlihatkan bahwa penguasaan teknologi sederhana dapat memberikan dampak ekonomi nyata bagi masyarakat. Canva sebagai alat yang mudah digunakan menjadi media pemberdayaan digital yang efektif bagi pelaku usaha kecil di pedesaan. Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa kemampuan desain grafis tidak hanya berguna untuk mempercantik tampilan, tetapi juga berperan strategis dalam membangun kepercayaan pasar dan memperluas jaringan penjualan.

3. Pembentukan Jejaring dan Kolaborasi Antar-Pelaku UMKM

Selain meningkatkan kemampuan teknis, kegiatan ini juga menumbuhkan semangat kolaboratif di antara pelaku UMKM. Dalam sesi pelatihan, peserta saling berbagi ide dan pengalaman mengenai strategi pemasaran yang mereka gunakan. Hasilnya, terbentuk jejaring informal antar pelaku usaha yang kemudian saling membantu dalam mempromosikan produk masing-masing melalui media sosial dan kegiatan lokal seperti bazar desa.

Pendekatan ABCD terbukti efektif dalam membangun partisipasi masyarakat. Tahapan *Discovery* dan *Dream* berhasil memunculkan kesadaran bahwa aset sosial seperti semangat gotong royong, kepercayaan, dan jejaring komunitas dapat menjadi fondasi utama dalam mengembangkan ekonomi kreatif desa. Tahapan *Design* dan *Deliver* kemudian memperkuat kapasitas teknis peserta melalui pelatihan yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan mereka. Dampaknya, pelatihan ini tidak hanya menghasilkan keterampilan baru, tetapi juga mengubah pola pikir peserta menjadi lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

4. Tantangan dan Pembelajaran Lapangan

Dalam proses pelaksanaan, beberapa tantangan juga ditemukan. Kendala utama meliputi keterbatasan perangkat digital, terutama spesifikasi ponsel yang rendah dan koneksi internet yang tidak stabil. Kondisi ini menghambat kelancaran peserta saat mengunduh aset desain atau menyimpan hasil karya. Selain itu, terdapat perbedaan kemampuan belajar antara peserta usia muda dan peserta yang lebih senior, sehingga diperlukan pendampingan lebih intensif untuk kelompok tertentu.

Untuk mengatasi kendala tersebut, tim pelaksana menyediakan materi pelatihan dalam format cetak dan memberikan bimbingan individual. Pendekatan ini terbukti membantu peserta memahami langkah-langkah desain secara bertahap. Pengalaman ini menjadi pelajaran berharga bahwa program pemberdayaan digital di pedesaan perlu disertai strategi pendampingan yang inklusif agar semua peserta dapat memperoleh manfaat yang setara.

5. Dampak Sosial dan Keberlanjutan Program

Selain memberikan manfaat ekonomi, kegiatan ini juga berdampak positif pada aspek sosial. Pelatihan ini menumbuhkan rasa percaya diri, kebanggaan, dan semangat belajar di kalangan pelaku UMKM. Mereka mulai menyadari bahwa teknologi digital bukanlah hal yang sulit diakses, tetapi alat yang dapat digunakan untuk memperkuat identitas dan keberlanjutan usaha. Keberhasilan ini mendorong pemerintah desa untuk berencana mengadakan pelatihan lanjutan dengan fokus pada pemasaran digital dan fotografi produk.

Dari sisi keberlanjutan, kegiatan ini diharapkan menjadi model pemberdayaan berbasis aset yang dapat direplikasi di desa-desa lain dengan karakteristik serupa. Dengan mengoptimalkan potensi lokal dan teknologi sederhana, pelaku UMKM dapat memperkuat posisi mereka dalam ekosistem ekonomi digital sekaligus memperkuat kemandirian desa.

D. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas branding UMKM melalui pelatihan desain logo berbasis aplikasi Canva di Desa Kresikan telah memberikan dampak nyata bagi peserta. Melalui pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD), pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam desain grafis digital, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pemanfaatan teknologi dalam memperluas jangkauan pasar.

Tahapan *Discovery*, *Dream*, *Design*, dan *Deliver* berhasil mendorong peserta untuk mengenali potensi yang dimiliki, memformulasikan visi bersama, serta menerapkan keterampilan baru dalam kegiatan promosi digital. Hasilnya, peserta mampu menciptakan identitas visual usaha secara mandiri menggunakan Canva, serta mengoptimalkan media sosial sebagai sarana pemasaran yang efektif. Keberhasilan ini tercermin dari peningkatan kemampuan promosi, terbentuknya jejaring kolaboratif antar pelaku UMKM, dan peningkatan interaksi pelanggan terhadap produk lokal.

Selain hasil yang menggembirakan, kegiatan ini juga mengungkapkan sejumlah tantangan, seperti keterbatasan perangkat digital dan akses internet yang tidak merata. Meskipun demikian, semangat belajar peserta dan dukungan pemerintah desa menunjukkan potensi besar bagi keberlanjutan program. Pelatihan ini membuktikan bahwa pemberdayaan masyarakat berbasis aset lokal dan teknologi sederhana dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat kemandirian ekonomi desa di era digital.

Rekomendasi

1. **Keberlanjutan Pelatihan Digital:** Diperlukan program pendampingan lanjutan yang lebih terstruktur, terutama dalam pengembangan konten pemasaran digital dan pengelolaan media sosial agar hasil pelatihan dapat terus berkembang.

2. **Kolaborasi Multipihak:** Pemerintah desa, perguruan tinggi, dan komunitas UMKM perlu menjalin kemitraan berkelanjutan untuk memperkuat ekosistem ekonomi digital di wilayah pedesaan.
3. **Peningkatan Infrastruktur Digital:** Diperlukan dukungan infrastruktur internet dan perangkat teknologi agar kegiatan pelatihan serupa dapat diakses lebih luas dan efisien.
4. **Replikasi Model Pengabdian:** Pendekatan ABCD yang diterapkan dalam kegiatan ini dapat dijadikan model bagi program pengabdian lain dengan karakteristik desa serupa, untuk memperluas dampak positif terhadap pemberdayaan masyarakat berbasis aset lokal.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kapasitas digital pelaku UMKM, tetapi juga memperkuat semangat kemandirian dan kolaborasi masyarakat dalam membangun ekonomi kreatif desa secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Alamsyah, A. I. S. (2024). *Peran aplikasi Canva dalam mendukung UMKM bersaing di era digital. Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 8(2), 343–351. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i2.1448>
- Alfiansyah, R. (2024). *Strategi peningkatan brand awareness untuk membentuk brand recognition dan brand identity pada UMKM di Desa Kebonturi. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 625–632. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2765>
- Amananti, W. (2024). *Strategi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Kota Delta. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 7823–7830.

FALSAFA

Jurnal Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 1 Nomor 4 April 2026

P-ISSN: xxxx-xxxx E-ISSN: xxxx-xxxx

- Andari, N., Putra, R. R. A., Aprilianti, L., Yohanes, P. A., Monica, B., & Aliyah, N. I. (2025). *Pengembangan sumber daya UMKM melalui pelatihan Canva untuk peningkatan nilai branding produk*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(11), 5528–5535. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i11.1999>
- Novitasari, A. T. (2022). *Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah*. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(2), 184–192. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i2.13703>
- Rachmawati, R., Sadasri, L. M., Susilowati, A. P. E., Neta, A. R., Ananda, M., & Wicaksana, I. W. (2025). *Penguatan UMKM melalui digital branding, digital marketing, dan literasi digital masyarakat untuk menunjang pola wisata pergi-pulang sehari (Excursionist) dan MICE (Meeting-Incentive-Convention-Exhibition) di Kalurahan Sidoarum*. *Jurnal Pengabdian, Riset, Kreativitas, Inovasi, dan Teknologi Tepat Guna*, 3(1), 41–57. <https://doi.org/10.22146/parikesit.v3i1.17408>
- Saputra, I., Azlan, A., & Marbun, N. (2025). *Peningkatan branding UMKM melalui penggunaan Canva untuk desain kemasan produk di Deli Serdang*. *ORAHUA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 151–156. <https://doi.org/10.70404/orahua.v2i02.135>
- Umkm, P., Pengrajin Rotan, M., Pelatihan, D. G., Berbasis Canva, D. I., & Village, B. (2025). *Empowering rattan handicraft SMEs through Canva-based graphic design training in Bakan Village*. *Jurnal Pekayunan*, 1(1), 64–74.